

Освещение международной экономической проблематики в общенациональных печатных медиа Беларуси

*Вальковский М. А., асп. БГУ,
науч. рук. проф. Дасаева Т. Н.,
д-р филос. наук*

В информационном пространстве Беларуси сегодня все шире используются новые информационные и коммуникационные технологии. Несмотря на это, печатные медиа, в первую очередь общенациональные ежедневные газеты, как и прежде, остаются для массового читателя одним из традиционных информационных источников знаний о событиях в области международных отношений и мировой экономики. Под воздействием новых технологий, они претерпевают определенного рода трансформации. В связи с этим интерес для исследования представляет практика данных медиа по освещению международной экономической проблематики, в том числе информационные поводы публикаций и анализ жанрово-тематической структуры изданий.

В исследуемых медиа прослеживается достаточно явная детерминированность публикаций информационными поводами [1, с. 195]. Информационный повод (ИП) — это особый вид объекта, целенаправленно используемый субъектом информационного процесса для внесения информации в информационное пространство [2]. В то же время ИП не равнозначен в своей дефиниции факту как таковому. Скорее, это набор неких фактов (событие или высказывание), которые могут быть изложены достаточно коротко, так, чтобы представлять интерес для медиа. В свою очередь, любой медиатекст обязательно строится с применением способов актуализации ИП.

Как отмечает исследователь Е. Носова, «среди основных способов раскрытия ИП можно выделить следующие: описание события, его предмета и участников, количественных, социальных и финансовых характеристик и т. д. Для того чтобы оценить роль ИП в трансформации жанровой системы, уместным видится сопоставление этих способов с жанрообразующими признаками текста...» [3, с. 204].

Алгоритм работы журналиста-международника по написанию текста, безусловно, «запускает» появление информационного повода, далее следуют уточнение и конкретизация темы, поиск источников информации по ней. Необходимо учитывать, что одним из основных условий эффективности международной журналистики является правильное понимание того, что именно лидеры и народ страны извлекут из предоставленной им информации, ведь информативность — необходимое качество любого текста. Так, исследователь Н. Валгина полагает, что «информативность текста — это степень его смысловой и содержательной новизны для читателя, которая заключена в теме и в авторской концепции, системе авторских оценок предмета

мысли» [4, с. 231]. У разных медиатекстов этот показатель может быть различным в зависимости от новизны и полезности информации.

Медийным текстом принято называть любой текст, существующий в системе медиа. По мнению Л. Е. Кройчика, все тексты, попав в медиaprостранство, «...приобретают не только технологическое сходство — они сближаются и функционально», прежде всего характером своих отношений с аудиторией [5, с. 7]. При сравнении отечественных общенациональных ежедневных печатных медиа бросается в глаза тематическая схожесть текстов, посвященных международным новостям и событиям. Подобная «унификация» объясняется тем, что редакции зачастую пользуются одними и теми же информационными источниками — сообщениями агентств, пресс-служб, в основе которых один и тот же информационный повод, одно и то же событие. Впрочем, чем выше доля событийности, тем эффективнее текст выполняет свою информативную роль.

Литература

1. Вальковский, М. Международная проблематика в белорусских печатных СМИ: жанровая тематическая структура: в 2-х т. / М. А. Вальковский // Сборник научных статей студентов, магистрантов, асп.ов. — Т. 2 / Сост. С. В. Анцух, под общ. ред. В. Г. Шадурского. — Минск: Изд-во «Четыре четверти», 2011. — 268 с.

2. Сухотерин, Л. Информационная работа в государственном аппарате [Электронный ресурс] / Л. Сухотерин, И. Юдинцев. — 2008. — Режим доступа: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=184&c_id=1254. — Дата доступа: 20.10.2011.

3. Носова, Е. Информационный повод как фактор жанровой трансформации / Е. Носова // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы 6 Междунар. науч.-практич. конф. — 22–24 окт. 2009 г. / под. ред. В. З. Гарифуллина. — Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2009. — 402 с.

4. Валгина, Н. Теория текста: учеб. пособие. — М.: ЛОГОС, 2003. — 280 с.

5. Кройчик, Л. По существу ли эти споры? По существу! («МТ», «ВЖТ», «ВПТ»... Далее — что?) / Л. Е. Кройчик // Новое в массовой коммуникации: альманах. — Воронеж, 2006. — Вып. 3–4 (58–59). — С. 6–11.

У истоков советской мебели

*Волкова Д. О., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Кушниц А. И.*

За всю свою многовековую историю развитие мебели никогда не стояло в стороне от событий, происходящих в стране. В России после Великой Октябрьской революции перед мебельной промышленностью встали новые важные задачи. Резко возросло количество небольших рабочих квартир, которые нуждались в простой, удобной и недорогой мебели.